



# भारत का राजपत्र The Gazette of India

असाधारण

EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4

PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित

PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 101 ]

नई दिल्ली, बुधवार, जुलाई 19, 2000/आषाढ़ 28, 1922

No. 101]

NEW DELHI, WEDNESDAY, JULY 19, 2000/ASADHA 28, 1922

बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 14 जुलाई, 2000

बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण ( बीमा विज्ञापन और प्रकटन ) विनियम, 2000

फा. सं. बी. वि. वि. प्रा./वि/7/2000.—प्राधिकरण, बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण अधिनियम, 1999 (1999 का 41) की धारा 26 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, बीमा सलाहकार समिति के परामर्श से निम्नलिखित विनियम बनाता है, अर्थात्:-

1. संक्षिप्त नाम और प्रारंभ- (1) इन विनियमों का संक्षिप्त नाम बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण ( बीमा विज्ञापन और प्रकटन ) विनियम, 2000 है।

(2) ये उनके राजपत्र में प्रकाशन की तारीख को प्रवृत्त होंगे।

2. परिभाषाएं.- जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो,-

(क) "प्राधिकरण" से बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण अधिनियम, 1999 (1999 का 41) की धारा 3 की उपधारा (1) के अधीन स्थापित बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण अभिप्रेत है;

(ख) " बीमा विज्ञापन " से किसी पालिसी से संबंधित प्रत्यक्षतः या अप्रत्यक्षतः ऐसी कोई संसूचना अभिप्रेत है, और इसके अन्तर्गत आती है और जिसका आशयित परिणाम जनता से पालिसी के अन्ततः विक्रय या उसके लिए आग्रह है और इसके अन्तर्गत मुद्रित और प्रकाशित सामग्री के सभी रूप या जनता की संसूचना के लिए मुद्रण में प्रयोग की जाने वाली कोई सामग्री और/या इलैक्ट्रॉनिक माध्यम हैं, जैसे कि-

- (i) समाचारपत्र, पत्रिकाएं और विक्रय वार्तालाप;
- (ii) बिल बोर्ड, विज्ञापन पट्ट, पेनल;
- (iii) रेडियो, टेलीविजन, वीडियो, ई-मेल, पोर्टल्स;
- (iv) मध्यस्थों द्वारा व्यपदेशन;

- (v) पत्रक;
- (vi) वर्णनात्मक साहित्य/परिपत्र;
- (vii) सेल्स एड्स फ्लायर्स;
- (viii) हष्टान्त रूपक अक्षर;
- (ix) टेलीफोन से आग्रह;
- (x) विजनस कार्ड;
- (xi) वीडियो
- (xii) फैक्स; या

(xiii) संभावक या पालिसीधारी के साथ कोई ऐसी अन्य संसूचना, जो उसे बीमा पालिसी के क्रय, नवीकरण, उसे बढ़ाने, प्रतिधारित करने या उपांतरण के लिए जोर देती है।

**स्पष्टीकरण:**— निम्नलिखित सामग्री को विज्ञापन नहीं माना जाएगा, यदि उन्हें बीमा पालिसी के क्रय, बढ़ाने, उपांतरण या प्रतिधारण के लिए फुसलाने के संबंध में उपयोग नहीं किया गया है:—

(i) किसी बीमा कंपनी द्वारा अपने ही संगठन में उपयोग की गई सामग्री और जो जनता में वितरण के लिए अभिप्रेत नहीं;

(ii) पालिसीधारियों के साथ किसी पालिसी को क्रय करने, उसे बढ़ाने, उपांतरित करने, अभ्यर्पित करने या प्रतिधारण करने के लिए उन्हें आग्रह करने वाली सामग्री से भिन्न संसूचनाएं;

(iii) केवल बीमाकर्ता के कार्मिकों, मध्यस्थों, प्रामर्शदाताओं और सालिसिटर्स को प्रशिक्षण देने, भर्ती करने और उन की शिक्षा के लिए उपयोग की जाने वाली सामग्री, परन्तु यदि उन्हें बीमा पालिसी के क्रय करने, उसे बढ़ाने, उपांतरित करने या प्रतिधारित करने के लिए जनता को फुसलाने में उपयोग नहीं किया जाता है;

(iv) पात्र समूह के सदस्यों को पालिसीधारियों के किसी समूह द्वारा भेजी गई कोई साधारण घोषणा कि कोई पालिसी लिखी गई है या उसकी व्यवस्था की गई

(ग) “मध्यस्थ या बीमा मध्यस्थ” के अन्तर्गत बीमा दलाल, पुनर्बीमा दलाल, बीमा प्रामर्शदाता, सर्वेक्षक और हानि निर्धारक या निम्नलिखित किसी एक या अधिक में से किसी बीमाकर्ता का प्रतिनिधित्व करने वाला या सहायता करने वाला कोई अन्य व्यक्ति है:—

(i) बीमा संविदा के लिए आग्रह, उसके लिए वार्ता करना, उसे उपाप्त करने या प्रभावी करने या किसी बीमा संविदा का नवीकरण;

(ii) अन्तर्गत आने वाले या दरों से संबंधित दी जाने वाली जानकारी;

(iii) किसी बीमा आवेदन का प्रेषण;

(iv) बीमा पालिसी या संविदा संबंधी सेवा या उसका परिदान;

(v) किसी जोखिम का निरीक्षण;

(vi) दर नियत करना;

(vii) किसी दावे या हानि अन्वेषण या उसका निर्धारण;

(viii) किसी संविदा को प्रभावी करने के पश्चात् किसी मामले में संव्यवहार; या

(ix) भारत में अवांस्थित बीमा रजिस्ट्रार के विषय के संबंध में या भारत में अनुपालन किए जाने वाले बीमा संव्यवहार में किसी बीमाकर्ता या किसी अन्य व्यक्ति का किसी अन्य रीति में प्रतिनिधित्व करना या उसकी सहायता करना;

(x) पालिसी या संविदा संबंधी सेवा।

(घ) “अनुचित या भ्रामक विज्ञापन” से कोई ऐसा विज्ञापन अभिप्रेत है और उसके अन्तर्गत है-

(i) जो बीमा के रूप में उत्पाद का स्पष्ट रूप से समाधान करने में असफल है;

(ii) पालिसी की योग्यता के परे प्रदान करने के या प्राप्ति की समुचित प्रत्याशा के परे दावे करना;

(iii) ऐसे फायदों का वर्णन करना, जो पालिसी के उपबंधों से मेल नहीं खाते;

(iv) ऐसी रीति में शब्दों और वाक्यांशों का प्रयोग करना, जो बीमाकृत परिसंकट के विरुद्ध या पालिसी में अन्तर्निहित जोखिमों की लगतों को छुपाता है या न्यूनतम करता है;

(v) संविदा के महत्वपूर्ण अपवर्जनों, परिसीमाओं और शर्तों को प्रकट करने का लोप करता है या अपर्याप्ततः प्रकट करता है;

(vi) भ्रामक ढंग से जानकारी देता है;

(vii) धारणाओं पर भावी फायदों के ऐसे दृष्टान्त देता है और जो वास्तविक नहीं है न ही बीमाकर्ता की वर्तमान कार्यकुशलता की दृष्टि से प्राप्त किए जा सकते हैं;

(viii) जहां फायदों की गारंटी नहीं है, वहां इतना स्पष्टतः नहीं कहा गया जितना फायदों के बारे में कहा गया है या ऐसी रीति, या रूप में कहता है कि वे ध्यान में नहीं आएंगे;

(ix) प्रायोजना, सहयुक्त या अनुयोदन जैसे समूह या अन्य नातेदारी तात्परित है, जो विद्यमान नहीं है;

(x) उत्पादों की अनुचित और अपूर्ण तुलनाएं करता है, जो तुलनात्मक नहीं हैं, या प्रतियोगियों को निरुत्साहित करता है।

(ङ) “संभावक” से कोई ऐसा पक्षकार अभिप्रेत है, जो बीमा संविदा प्रत्यक्षतः या बीमा मध्यस्थ के माध्यम से करता है या करने का प्रस्ताव करता है।

इन विनियमों में प्रयुक्त शब्दों और पदों के वही अर्थ हैं जो उनका बीमा अधिनियम, 1938 (1938 का 4) या जीवन बीमा निगम अधिनियम, 1956 (1956 का 31) या साधारण बीमा कारबार (राष्ट्रीयकरण) अधिनियम, 1972 (1972 का 57), या बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण अधिनियम, 1999 (1999 का 41) में परिभाषित है या क्रमशः उनका यथास्थिति, उन अधिनियमों या नियमों में हैं।

### 3. अनुपालन और नियंत्रण—(1) प्रत्येक बीमाकर्ता या मध्यस्थ या बीमा अधिकर्ता—

(i) एक अनुपालन अधिकारी रखेगा, जिसका नाम और संगठन में पदीय हैसियत प्राधिकरण को संसूचित की जाएगी और वह विज्ञापन कार्यक्रम के पर्यवेक्षण के लिए जिम्मेदार होगा;

(ii) अपनी पालिसियों से संबंधित सभी विज्ञापनों के प्रसार की अन्तर्वस्तु, प्ररूप और ढंग पर नियंत्रण की एक पद्धति स्थापित करेगा और उसे बनाए रखेगा;

(iii) अपने निगमित कार्यालय में एक विज्ञापन रजिस्टर बनाए रखेगा, जिनमें निम्नलिखित होना चाहिए—

(क) प्रसारित या जारी किए गए प्रत्येक विज्ञापन का नमूना या किसी प्रसारण या टेलीकास्ट, आदि का अभिलेख;

(ख) प्रत्येक विज्ञापन से संलग्न एक टिप्पण, जिसमें विज्ञापित किसी पालिसी का ढंग, वितरण का विस्तार और प्ररूप संख्यांक दर्शित होगा; और

(iv) कम से कम तीन वर्ष तक सभी विज्ञापनों के नमूने रखेगा;

(v) प्रत्येक विज्ञापन की एक प्रति, उसे जारी होने के तुरंत निम्नलिखित जानकारी के साथ प्राधिकरण के पास फाइल करेगा :-

(क) विज्ञापन का पहचान करने वाला संख्यांक;

(ख) विज्ञापित पालिसी (पालिसियों) का/के प्ररूप संख्यांक और कब प्राधिकरण द्वारा उत्पाद अनुमोदित किए गए थे;

(ग) विज्ञापन का वर्णन और उसका कैसे प्रयोग किया जाता है;

(घ) विज्ञापन के प्रसारण के लिए उपयोग की गई पद्धति या मीडिया।

(vi) यह कथित करते हुए अपने वार्षिक विवरण के साथ अनुपालन का प्रमाणपत्र फाइल करें कि उसके सर्वोत्तम ज्ञान के अनुसार पूर्ववर्ती वर्ष के दौरान बीमाकर्ता या उसके मध्यस्थ द्वारा प्रसारित विज्ञापनों में इन विनियमों के उपबंधों और विनियम 12 में कथित विज्ञापन संहिता का अनुपालन किया गया है।

(2) विज्ञापन रजिस्टर, अन्तर्वस्तु, विस्तार, अपेक्षित प्रकटन की सहजहृष्यता और स्थिति, अपेक्षित जानकारी, आदि के लेप के लिए प्राधिकरण के निरीक्षण और पुनर्विलोकन के अधीन होगा।

4. विज्ञापन में परिवर्तन- (1) किसी विज्ञापन में किसी परिवर्तन नया विज्ञापन माना जाएगा।

(2) विनियम 3 के सभी उपबंध आवश्यक परिवर्तनों सहित उपविनियम (i) में निर्दिष्ट विज्ञापन को लागू होंगे।

(3) प्राधिकरण के पास विज्ञापन को फाइल करते समय मूल विज्ञापन में परिवर्तन के विस्तार को सूचित किया जाएगा।

5. बीमा कंपनी विज्ञापन- (1) प्रत्येक बीमा कंपनी से अपेक्षा होगी कि वह विज्ञापन में बीमा कंपनी की सभी विशिष्टियां, न कि केवल व्यापार नाम या मोनोग्राम या प्रतीक, और विज्ञापन का वह भाग, जो कंपनी या बीमा मध्यस्थ या बीमा अभिकर्ता को किसी संभावक या बीमाकृत द्वारा वापस किया जाना अपेक्षित है, सहजहृष्यता प्रकट करे।

(2) जहां फायदे, संक्षेप में वर्णित से अधिक है, वहां पालिसी का प्ररूप संख्यांक और उसमें अंतर्विष्ट प्रकार को पूर्णतः प्रकट करना होगा।

6. बीमा अभिकर्ता द्वारा विज्ञापन- (1) किसी बीमा अभिकर्ता का ऐसा प्रत्येक विज्ञापन, जो बीमाकर्ता को प्रभावित करता है, उसके जारी किए जाने से पूर्व लिखित में बीमाकर्ता द्वारा अनुमोदित किया जाना चाहिए।

(2) ऐसा अनुमोदन देते समय यह सुनिश्चित करना, बीमाकर्ता का दायित्व होगा कि ऐसे सभी विज्ञापन, जो कंपनी या उसके उत्पादों या उसके काम-काज से संबंधित हैं, इन विनियमों का अनुपालन करते हैं और धोखा देने वाले या भ्रामक न हों।

स्पष्टीकरण- किसी अभिकर्ता से निम्नलिखित के जारी करने से पूर्व, कंपनी का लिखित में अनुमोदन प्राप्त करना अपेक्षित नहीं होगा:-

(i) उन विज्ञापनों के लिए जो बीमाकर्ता द्वारा विकसित किए गए हैं और अभिकर्ताओं को दिए गए हैं;

(ii) ऐसे साधारण विज्ञापनों के लिए, जिनमें अभिकर्ता के नाम, प्रतीक, पते और टेलीफोन संख्यांक जैसी सीमित जानकारी है;

(iii) ऐसे विज्ञापन, जिनमें केवल साधारण और सही कथन हैं, जो बीमा के व्यवसाय की उपलब्धता, अनुभव के निर्देश, अभिकर्ता की सेवा और अर्हताओं का वर्णन करते हैं; किन्तु उनमें विनिर्दिष्ट पालिसियों, फायदों, लागतों या बीमाकर्ताओं के प्रति कोई निर्देश नहीं है।

7. बीमा मध्यस्थों द्वारा विज्ञापन- उचित रूप से अनुज्ञप्त मध्यस्थ ही विज्ञापन दे सकेंगे और विज्ञापन के माध्यम से बीमा के लिए आग्रह कर सकेंगे।

### 8. इन्टरनेट पर विज्ञापन- (1) प्रत्येक बीमाकर्ता या मध्यस्थ का वेबसाइट या पोर्टल-

(i) ऐसे प्रकटन विवरण सम्मिलित करेगा, जो उन दोनों के, अपने कारबार और उन उपभोक्ताओं के, जिनकी वे सेवा करते हैं, संरक्षण के लिए व्यक्तिगत जानकारी की गुप्तता के मद्देनजर साइट की विनिर्दिष्ट पालिसियों का सार होंगे।

(ii) अपनी वेब साइटों पर अपना रजिस्ट्रीकरण / अनुज्ञप्ति संख्यांक प्रदर्शित करेगा।

(2) इन विनियमों के प्रयोजनों के लिए, जहां अन्यथा विनिर्दिष्ट रूप से अपवर्जित या निर्बंधित किया गया है उसके सिवाय, उपयोग के लिए अन्यथा अनुज्ञेय कोई भी प्ररूप या पालिसी अविधिमान्य या अननुज्ञेय नहीं होगी, यदि ऐसे प्ररूप या पालिसी, पक्षकारों के आशय को सही रूप में प्रतिबिम्बित करती है, जो इलैक्ट्रॉनिक माध्यम से प्रकाशित की गई है या पक्षकारों के बीच इलैक्ट्रॉनिक माध्यम से पारेषित की गई है।

### 9. विज्ञापक की पहचान- बीमा के लिए प्रत्येक विज्ञापन में -

(i) स्पष्टतः और साफ तौर पर कथन होगा कि बीमा आग्रह करने की विषय-वस्तु है; और

(ii) बीमाकर्ता/मध्यस्थ/बीमांक अधिकर्ता का पूरा रजिस्ट्रीकृत नाम कथित करेगा

### 10. पृष्ठांकन और अन्य तीसरे पक्षकार का सम्मिलित होना (1) कोई भी तीसरा पक्षकार, समूह या संगम-

(i) अपने लेटर हैड पर किसी बीमा पालिसी, मध्यस्थ या बीमाकर्ता के बारे में जानकारी वितरित नहीं करेगा।

(ii) कोई बीमा मध्यस्थ या बीमाकर्ता अपने लेटर हैड पर बीमा पालिसी, बीमा या बीमा कंपनी के बारे में जानकारी वितरित करना अनुज्ञात नहीं करेगा।

(iii) अपने लिफाफों में किसी व्यक्ति बीमा पालिसी के बारे में या मध्यस्थ या बीमाकर्ता के बारे में जानकारी तब तक वितरित नहीं करेगा, जब तक-

(क) तीसरा पक्षकार बीमांक विज्ञापन के लिए वितरण सेवा ही देता है और स्वयं आग्रह करने में सम्मिलित नहीं है; और

(ख) बीमा जानकारी तीसरे पक्षकार द्वारा वितरित किसी अन्य जानकारी से एक पृथक् चीज न हो और अपने उद्भव को स्पष्टतः उपदर्शित न करती हो।

(iv) सिफरिश नहीं करेगा कि उसके सदस्य विनिर्दिष्ट बीमा उत्पाद ही क्रय करेंगे।

(v) यह आशय व्यक्त नहीं करेगा कि किसी व्यक्ति को पालिसी क्रय करने के लिए उसके संगठन का सदस्य बनना चाहिए।

(vi) यह आशय व्यक्त नहीं करेगा कि व्यक्तियों के सीमित समूह का सदस्य बनकर पालिसी क्रेता बीमाकर्ता से ऐसे विशेष फायदे प्राप्त करेगा, जो पालिसी में उपबंधित नहीं हैं:

परन्तु कोई तीसरा पक्षकार, समूह या संगम,-

(i) किसी बीमा कंपनी या बीमा मध्यस्थ के उत्पाद को पृष्ठांकित कर सकेगा और सत्य विवरण, अभिकथन और प्रशंसापत्र देगा, जिनमें कंपनी के विज्ञापनों में उपयोग के लिए बीमा कंपनी के बीमा उत्पाद पृष्ठांकित होंगे, जब तक कि भाषा प्रत्यक्षतः या अप्रत्यक्षतः ऐसी सिफरिश का आशय नहीं देती है कि संगठन के सदस्य उत्पाद को क्रय करें।

(ii) किसी बीमा कंपनी को अपनी सदस्यता के बारे में जानकारी दे सकेगा और उस जानकारी के विक्रय पर आधारित प्रतिकर एकत्रित कर सकेगा।

11. शिकायत की दशा में कार्रवाई के लिए प्रक्रिया- (1) यदि कोई विज्ञापन इन विनियमों के अनुसार नहीं है तो प्राधिकरण निम्नलिखित एक या अधिक रीति में कार्रवाई कर सकेगा:-

(i) एक विनिर्दिष्ट समय के भीतर जानकारी मांगने के लिए विज्ञापक को पत्र भेज सकेगा, जो पत्र के जारी करने की तारीख से 10 दिन से अधिक नहीं होगा;

(ii) पहले से जारी किए गए विज्ञापन को ऐसी रीति से सही या उपांतरित करने के लिए विज्ञापक को निदेश दे सकेगा, जो प्राधिकरण द्वारा इस शर्त के साथ सुझाई गई थी कि सही किए हुए या उपांतरित विज्ञापन को उसी किस्म का प्रचार मिलेगा, जो सही किए जाने वाले या उपांतरित किए जाने वाले को मिला था।

(iii) तुरंत विज्ञापन को बंद करने के लिए विज्ञापक को निदेश दे सकेगा;

(iv) मामले की परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए, कोई अन्य कार्रवाई जो प्राधिकरण द्वारा जनता के हितों को संरक्षित करने को सुनिश्चित करने के लिए ठीक समझी जाए।

(2) विज्ञापक कारण दर्शित करते हुए, प्राधिकरण से अतिरिक्त समय मांग सकेगा। किन्तु, प्राधिकरण समय बढ़ाने से इन्कार कर सकेगा यदि वह यह अनुभव करता है कि विज्ञापक, मामलों में विलम्ब करने के लिए ही समय माग रहा है।

(3) प्राधिकरण के निदेशों के पालन में विज्ञापक की ओर से कोई असफलता, प्राधिकरण को ऐसी कार्रवाई करने के लिए बाध्य करेगी जो वह आवश्यक समझे, जिसके अन्तर्गत शास्त्र का अधिरोपण भी है।

12. विज्ञापन संहिता का कड़ाई से पालन- प्रत्येक बीमाकर्ता या मध्यस्थ भारतीय विज्ञापन मानक परिषद् (भा वि मा प) द्वारा यथा विहित वृत्तिक आचरण के मान्यताप्राप्त मानकों का अनुसरण करेगा और पालिसीधारियों के हित में अपने कृत्यों का निर्वहन करेगा।

13. कानूनी चेतावनी- (1) बीमा उत्पाद के लिए प्रत्येक प्रस्थापना बीमा अधिनियम, 1938 (1938 का 4) की धारा 41 में यथा विहित निम्नलिखित शर्त को पूरा करेगी:- “कोई भी व्यक्ति भारत में जीवन या संपत्ति से संबंधित किसी भी प्रकार के जोखिम के बारे में बीमा लेने या नवीकृत करने या उसे जारी रखने के लिए किसी व्यक्ति को प्रत्येक के रूप में या तो प्रत्यक्षतः या अप्रत्यक्षतः संदेय कमिशन के संपूर्ण या भाग का कोई रिबेट या पालिसी में दर्शित प्रीमियम का कोई रिबेट अनुज्ञात नहीं करेगा या अनुज्ञात करने की प्रस्थापना नहीं करेगा या अनुज्ञात करने की प्रस्थापना नहीं करेगा और न ही कोई व्यक्ति किसी रिबेट के बिना कोई पालिसी देगा या नवीकृत करेगा या जारी रखेगा, सिवाय ऐसे रिबेट के, जो बीमाकर्ता के प्रकाशित प्राप्सेक्स या बीमाकर्ता की सारणी के अनुसार अनुज्ञात किया जाए।”

(2) यदि कोई व्यक्ति उपर्युक्त उपविनियम (1) का अनुपालन करने में असफल रहता है तो वह जुर्माने के लिए दायी होगा, जो पांच सौ रुपए तक का हो सकेगा।

एन. रंगाचारी, अध्यक्ष

[सं. विज्ञापन-3/4/असाधारण/161/2000]

**INSURANCE REGULATORY AND DEVELOPMENT AUTHORITY****NOTIFICATION**

New Delhi, the 14th July, 2000

**Insurance Regulatory and Development Authority (Insurance Advertisements and Disclosure) Regulations, 2000****F. No. IRDA/Reg/7/2000.—**

In exercise of the powers conferred by section 26 of the Insurance Regulatory and Development Authority Act, 1999 (41 of 1999), the Authority in consultation with the Insurance Advisory Committee, hereby makes the following regulations, namely:-

1. **Short title and commencement** — (1) These regulations may be called the Insurance Regulatory and Development Authority (Insurance Advertisements and Disclosure) Regulations, 2000.

(2) They shall come into force on the date of their publication in the Official Gazette.

**Definitions** — Unless the context otherwise requires, —

(a) "Authority" means the Insurance Regulatory and Development Authority established under sub-section (1) of section 3 of The Insurance Regulatory and Development Authority Act, 1999 (41 of 1999);

(b) "insurance advertisement" means and includes any communication directly or indirectly related to a policy and intended to result in the eventual sale or solicitation of a policy from the members of the public and shall include all forms of printed and published materials or any material using the print and or electronic medium for public communication such as:

- i) newspapers, magazines and sales talks;
- ii) billboards, hoardings, panels;
- iii) radio, television, website, e-mail, portals;
- iv) representations by intermediaries;
- v) leaflets;
- vi) descriptive literature/ circulars;
- vii) sales aids flyers;
- viii) illustrations form letters;
- ix) telephone solicitations;
- x) business cards;
- xi) videos;
- xii) faxes; or
- xiii) any other communication with a prospect or a policyholder that urges him to purchase, renew, increase, retain, or modify a policy of insurance.

**Explanation:** The following materials shall not be considered to be an advertisement provided they are not used to induce the purchase, increase, modification, or retention of a policy of insurance:— (i) materials used by an insurance company within its own organization and not meant for distribution to the public;

- communications with policyholders other than materials urging them to purchase, increase, modify surrender or retain a policy;  
materials used solely for the training, recruitment, and education of an insurer's personnel, intermediaries, counselors, and solicitors, provided they are not used to induce the public to purchase, increase, modify, or retain a policy of insurance
- iv) any general announcement sent by a group policyholder to members of the eligible group that a policy has been written or arranged.
- (c) "intermediary or insurance intermediary includes insurance brokers, reinsurance brokers, insurance consultants, surveyors and loss assessors, or any other person representing or assisting an insurer in one or more of the following :
- i) soliciting, negotiating, procuring, or effectuating an insurance contract or a renewal of an insurance contract;
  - ii) disseminating information relating to coverage or rates;
  - iii) forwarding an insurance application;
  - iv) servicing and delivering an insurance policy or contract;
  - v) inspecting a risk;
  - vi) setting a rate;
  - vii) investigating or assessing a claim or loss;
  - viii) transacting a matter after the effectuation of a contract; or
  - ix) representing or assisting an insurer or other person in any other manner in the transaction of insurance with respect to a subject of insurance resident, located or to be performed in India.
  - x) servicing a policy or contract.
- (d) "unfair or misleading advertisement" will mean and include any advertisement:
- (i) that fails to clearly identify the product as insurance;
  - ii) makes claims beyond the ability of the policy to deliver or beyond the reasonable expectation of performance;
  - iii) describes benefits that do not match the policy provisions;
- uses words or phrases in a way which hides or minimizes the costs of the hazard insured against or the risks inherent in the policy;  
omits to disclose or discloses insufficiently, important exclusions, limitations and conditions of the contract;  
gives information in a misleading way;  
illustrates future benefits on assumptions which are not realistic nor realisable in the light of the insurer's current performance;  
where the benefits are not guaranteed, does not explicitly say so as prominently as the benefits are stated or says so in a manner or form that it could remain unnoticed;  
implies a group or other relationship like sponsorship, affiliation or approval, that does not exist;  
makes unfair or incomplete comparisons with products which are not comparable or disparages competitors.
- (e) "prospect" means any party that enters or proposes to enter into an insurance contract directly, or through an insurance intermediary.

Words and expressions used and not defined in these regulations but defined in the Insurance Act, 1938 (4 of 1938), or the Life Insurance Corporation Act, 1956 (31 of 1956)



or the General Insurance Business Nationalisation) Act, 1972 (57 of 1972), or Insurance Regulatory and Development Authority Act, 1999 (41 of 1999) shall have the meanings respectively assigned to them in those Acts or the rules as the case may be.

3. **Compliance and control** — (1) Every insurer or intermediary or insurance agent shall —
- (i) have a compliance officer, whose name and official position in the organisation shall be communicated to the Authority, and he shall be responsible to oversee the advertising programme;
  - (ii) establish and maintain a system of control over the content, form, and method of dissemination of all advertisements concerning its policies.
  - (iii) maintain an advertising register at its corporate office which must include:
    - (a) a specimen of every advertisement disseminated, or issued or a record of any broadcast or telecast, etc.;
    - (b) a notation attached to each advertisement indicating the manner, extent of distribution and form number of any policy advertised, and
  - (iv) maintain a specimen of all advertisements for a minimum period of three years.
  - (v) file a copy of each advertisement with the Authority as soon as it is first issued, together with information:
    - (a) an identifying number for the advertisement;
    - (b) the form number(s) of the policy(ies) advertised and when the product/s were approved by the Authority;
    - (c) a description of the advertisement and how it is used.
    - (d) the method or media used for dissemination of the advertisement.
  - (vi) file a certificate of compliance with their annual statement stating that, to the best of its knowledge, advertisements disseminated by the insurer or by its intermediaries during the preceding year have complied with the provisions of these regulations and the advertisement code as stated in regulation 12.
- (2) The advertisement register shall be subject to inspection and review by the Authority for content, context, prominence and position of required disclosures, omissions of required information, etc.
4. **Changes in advertisement** — (1) Any change in an advertisement would be considered a new advertisement.
- (2) All the provisions of regulation 3 shall apply *mutatis mutandis* to an advertisement referred to in sub regulation (i).
- (3) The Authority shall be informed at the time of filing the advertisement the extent of change the original advertisement
5. **Insurance company advertisements** — (1) Every insurance company shall be required to prominently disclose in the advertisement and that part of the advertisement that is required to be returned to the company or insurance intermediary or insurance agent by a prospect or an insured the full particulars of the insurance company, and not merely any trade name or monogram or logo.

(2) Where benefits are more than briefly described, the form number of the policy and the type of coverage shall be disclosed fully.

6. **Advertisements by insurance agents** — (1) Every advertisement by an insurance agent that affects an insurer must be approved by the insurer in writing prior to its issue;

(2) It shall be the responsibility of the insurer while granting such approval to ensure that all advertisements that pertain to the company or its products or performance comply with these regulations and are not deceptive or misleading.

*Explanation:* An agent shall not be required to obtain written approval of the company prior to issue for: —

- (i) those advertisements developed by the insurer and provided to the agents;  
generic advertisements limited to information like the agent's name, logo, address, and phone number; and  
advertisements that consist only of simple and correct statements describing the availability of lines of insurance, references to experience, service and qualifications of agents; but making no reference to specific policies, benefits, costs or insurers.

7. **Advertisements by insurance intermediaries** — Only properly licensed intermediaries may advertise or solicit insurance through advertisements.

8. **Advertising on the Internet** — (1) Every insurer or intermediary's web site or portal shall

(i) include disclosure statements which outline the site's specific policies vis-à-vis the privacy of personal information for the protection of both their own businesses and the consumers they serve.

(ii) display their registration/ license numbers on their web sites.

(2) For the purposes of these regulations, except where otherwise specifically excluded or restricted, no form or policy otherwise permissible for use shall be deemed invalid or impermissible if such form or policy accurately reflects the intentions of the parties in such form or policy as published electronically or transmitted electronically between parties.

9. **Identity of advertiser** — Every advertisement for insurance shall

(i) state clearly and unequivocally that insurance is the subject matter of the solicitation;  
and

(ii) state the full registered name of the insurer/ intermediary/ insurance agent.

10. **Endorsements and other third-party involvement** — (1) A third party, group or association shall not: —

(i) distribute information about an insurance policy, intermediary or insurer on its letterhead.

(ii) allow an insurance intermediary or insurer to distribute information about an insurance policy, insurance or insurance company on its letterhead.

- (iii) distribute information about an individual insurance policy, or about an intermediary or insurer in its envelopes, unless—
  - a) the third party is providing only a distribution service for the insurance advertisement and is not itself soliciting the coverage, and
  - b) the insurance information is a piece separate from any other information distributed by the third party and clearly indicates its origin.
- (iv) recommend that its members purchase specific insurance products.
- (v) imply that a person must become a member of its organization in order to purchase the policy.
- (vi) imply that a purchaser of a policy by becoming a member of a limited group of persons shall receive special advantages from the insurer not provided for in the policy.

Provided that a third party, group or association may:—

- (i) endorse an insurance company or insurance intermediary's product and provide truthful statements, quotes, and testimonials endorsing the insurance products to the insurance company for use in the company's advertisements, so long as the language does not convey directly or indirectly a recommendation that members of the organisation purchase the products.
- (ii) provide an insurance company with information about its membership and collect compensation based upon sales for that information.

**11. Procedure for action in case of complaint —** (1) If an advertisement is not in accordance with these regulations the Authority may take action in one or more of the following ways:

- (i) issue a letter to the advertiser seeking information within a specific time, not being more than ten days from the date of issue of the letter;
- (ii) direct the advertiser to correct or modify the advertisement already issued in a manner suggested by the Authority with a stipulation that the corrected or modified advertisement shall receive the same type of publicity as the one sought to be corrected or modified;
- (iii) direct the advertiser to discontinue the advertisement forthwith;
- (iv) any other action deemed fit by the Authority, keeping in view the circumstances of the case, to ensure that the interests of the public are protected.

The advertiser may seek additional time from the Authority to comply with the directions justifying the reasons therefor. The Authority, may, however, refuse to grant extension of time if it feels that the advertiser is seeking time only to delay the matters.

Any failure on the part of the advertiser to comply with the directions of the Authority may entail the Authority to take such action as deemed necessary including levy of penalty.

**12. Adherence to advertisement code —** Every insurer or intermediary shall follow recognised standards of professional conduct as prescribed by the Advertisement Standards Council of India (ASCI) and discharge its functions in the interest of the policyholders.

**13. Statutory warning** — (1) Every proposal for an insurance product shall carry the following stipulation, as prescribed in section 41 of the Insurance Act, 1938 (4 of 1938):— "No person shall allow or offer to allow, either directly or indirectly, as an inducement to any person to take out or renew or continue an insurance in respect of any kind of risk relating to lives or property in India, any rebate of the whole or part of the commission payable or any rebate of the premium shown on the policy, nor shall any person taking out or renewing or continuing a policy accept any rebate, except such rebate as may be allowed in accordance with the published prospectus or tables of the insurer."

(2) If any person fails to comply with sub regulation (1) above, he shall be liable to payment of a fine which may extend to rupees five hundred.

N. RANGACHARY, Chairperson

[No: ADVT.-3/4/Exty/161/2000]